

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory : A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 85
- Agung, D. A., & Widyarini, L. A. (2021). Multi-Group Analysis Innovation Diffusion dan Technology Acceptance Factors Terhadap Niat Mengadopsi Wearable Technology dengan Gender sebagai Moderator. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 189–204. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.177>
- Amdany, S. J., & Osodo, P. (2018). Relationship Between Communication Collaborations And Performance Of Smes In Trans-Nzoia County, Kenya. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 3(3), 49–63. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1445311>
- Andriyanto, D., Baridwan, Z., & Subekti, I. (2019). Determinan penggunaan sistem akuntansi pemerintah desa: Analisis perilaku menggunakan UTAUT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2), 313–344.
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. (2017). Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat ( IPKM ) di Jawa Timur. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*.
- Anwar, M. (2020). *Model Kemitraan Bisnis antar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Sasanti Institute.
- Apriadia, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(02), 131–136.
- Arifin, Z. (2017). *Adopsi Teknologi untuk Keunggulan Daya Saing*. PT. PLN (Persero) Pusat Penelitian dan Pengembangan Ketenagalistrikan.
- Arihatsu, C., Ariyanto, D., Sudana, I. P., & Sisdyani, E. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pemanfaatan Aplikasi Desktop Pemeriksaan di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(6), 1413–11424. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i06.p02>
- Aripardono, H. W., & Jucelyn, D. (2023). Factors Influencing Batam's MSME owners in the Adoption of Social Media Usage. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 4(1), 153–166. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v4i1.225>
- Awang, Z., Afthanorhan, A., & Mamat, M. (2016). The Likert scale analysis using parametric based Structural Equation Modeling ( SEM ). *Computational Methods in Social Sciences*, 4(1), 13–21.

- Azhari, M. F. F. (2022). *Analyzing The Intention To Use Shopee Application For Smes Industry By Using Unified Theory Of Acceptance And Technology 2 Model*. Universitas Islam Indonesia.
- Carina, T., Rengganis, R. M. Y. D., Mentari, N. M. I., Munir, F., Silaen, M. F., Purwatiningsih, Siwiyanti, L., Usmayanti, V., Himawan, I. S., Susilawati, E., Challen, A. E., Yuniawati, R. I., Setiawati, L. P. E., Pribadi, M. A., Abdillah, P., Santhi, I. R., & Setyaka, V. (2022). *Percepatan Digitalisasi UMKM dan Koperasi*. CV Toha Media.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skills. *Information Systems Research*, 6(2), 118–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/isre.6.2.118>
- Darmawan, A., & Haryanto, T. (2020). *KOPERASI: Perkembangan dan Perspektifnya dalam Islam* (T. Haryanto (ed.)). UM Purwokerto Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132.
- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(2), 178–191. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594>
- Dewanta, I. P. K. S., Supriyadinata Gorda, A. A. N. E., Darma, G. S., & Mahyuni, L. P. (2023). Influence Attitude and Behavioral Intention of the Millennial Generation to Adoption of Telemedicine Platforms in Bali in the New Normal Era. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 369–380. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.55468>
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. The University of Akron Press.
- Fatihansya, A. N. S., & Purnamasari, S. D. (2021). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT 2) Terhadap Perilaku Pelanggan E-Commerce Shopee Indonesia Di Kota Palembang. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 392–417. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.143>
- Firmansyah, Y. K., Kresnawati, M. A., Kusuma, A., & Prayudi, P. (2022). Desain Pengembangan Prasarana Guna Menunjang Digital Branding Wisata Pesisir (Studi Kasus: Desa Kalanganyar, Sidoarjo, Jawa Timur). *Jurnal Desain*, 9(2),

174–187.

[https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal\\_Desain/article/view/10231](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/10231)

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guetz, B., & Bidmon, S. (2022). The Impact of Social Influence on the Intention to Use Physician Rating Websites: Moderated Mediation Analysis Using a Mixed Methods Approach. *Journal of Medical Internet Research*, 24(11), e37505. <https://doi.org/10.2196/37505>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publishing.

Hakim, M. M., & Nurkamid, M. (2017). Model Adopsi Ukm Di Kudus Terhadap E-Commerce. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(1), 339–344. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i1.974>

Handayani, T., & Sudiana, S. (2015). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>

Hardy, C., Phillips, N., & Lawrence, T. B. (2003). Resources, Knowledge and Influence: The Organizational Effects of Interorganizational Collaboration\*. *Journal of Management Studies*, 40(2), 321–347.

Hidayah, N., & Fernanda, J. W. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi Pembelajaran Online Menggunakan Technology Acceptance Model 3 Dan Partial Least Square Structural Equation Model (Pls-Sem). *Factor M*, 3(2), 161–172. <https://doi.org/10.30762/factor-m.v3i2.3097>

Jatmiko, N., & Laksito, J. H. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1(2), 1–15.

Jou, Y. T., Shiang, W. J., Silitonga, R. M., Adilah, M., & Halim, A. Z. A. (2023). Assessing Factors That Influence Womenpreneurs' Intention to Use Technology: A Structural Equation Modeling Approach. *Behavioral Sciences*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/bs13020094>

Kairunnisa, I. (2022). Hakekat UMKM. In *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. PT Global Eksekutif Teknologi.

Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative

- Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2(2), 76–87.
- Khairin, F. N., Kusumawardani, A., Ginting, Y. L., & Syakura, M. A. (2021). *UMKM TANGGUH : Digitalisasi dan Transformasi Hijau*. Pustaka Aksara.
- Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9.
- Lailiyah, F. (2022). PDDITAL ( Pasar Desa Digital ) Sebagai Media Pemasaran Produk Umkm Kampung Bandeng , Kabupaten Sidoarjo. *Prosiding Seminar Nasional KBK*, 2, 1–7.
- Lilimantik, E. (2020, November 10). E-Commerce Produk Perikanan. *Radar Banjarmasin*. [https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/18624/Koran\\_Radar\\_Banj\\_E-Commerce\\_Produk\\_Perikanan-converted.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/18624/Koran_Radar_Banj_E-Commerce_Produk_Perikanan-converted.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Madrianah, M., Kausar, A., Muchsidin, F. P., & Verawaty, V. (2023). Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek dalam Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), 34.
- Mandala, V., Tanaamah, A. R., & Tambotuh, J. J. C. (2017). Adopsi Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah : Studi Pemanfaatan Sosial Media Untuk Menjalankan Bisnis. *Rekayasa Teknologi Industri Dan Informasi*, 00.
- Manullang, S. R., & Darus. (2021). Analisis Usaha Agroindustri Tahu (Studi Kasus Agroindustri Tahu Pak Gutd di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis). *Jurnal Agroteknologi Agribisnis Dan Akuakultur*, 1(1), 41–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jomaaa.v1i1.7357>
- Misra, R., Mahaja, R., Singh, N., Khorana, S., & Rana, N. P. (2022). Factors impacting behavioural intentions to adopt the electronic marketplace: findings from small businesses in India. *Electronic Markets*, 32, 1639–1660. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12525-022-00578-4>
- Mizal, O. M., & Wijayangka, C. (2020). Analysis of E-Commerce Adoption by MSME in Fashion Sector in Bandung using the UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 4(3), 379–389. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/430%0Ahttps://doi.org/10.31955/mea.v4i3.430>
- Moeljono, M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 103–121. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.2645>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the

Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *The Institute of Management Sciences*, 2(3), 192–222.

- Mutaqin, K. A., Witarsyah, D., & Sutoyo, E. (2019). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Untuk Menganalisa Penerimaan Layanan E-Government Masyarakat Kota Bandung Menggunakan Metode Structured Equation. *E-Proceeding of Engineering*, 8066–8072.
- Niniekasari, Z., & Fitria, S. E. (2018). Analisis Kemampuan Pelakuusaha Batik Di Kabupaten Kendal Dalam Mengadopsi Technlogy E-Commerce Analysis Ability Of Business Personnel Batik In District Kendal In Adopting E-Commerce Technology. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1616–1621.
- Noviani Hanum, A., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.1-15>
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce. *Journal Civics & Social Studies*, 5(2), 181–191.
- Nurhalimah, N. (2021). Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Kota Bandung. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.32897/dimensi.v1i1.771>
- Pahrijal, R., Ardhiyansyah, A., Budiman, D., & Rahmawati, Y. D. (2024). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan: Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Komunitas di Desa Cikahuripan Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(04), 350–360. <https://doi.org/10.58812/jpws.v3i04.1104>
- Pangaribuan, C. H., & Wulandar, Y. S. (2018). A Crowdfunding Platform User Acceptance : An Empirical Examination Of Performance Expectancy , Effort Expectancy , Social Factors , Facilitating Condition , Attitude , And Behavioral Intention. *Asian Forum on Business Education International Conference (AFBE)*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-12-2018.2286301>
- Pangestu, M. G. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>
- Pebrina, E. T., Sasono, I., Hutagalung, D., Riyanto, R., & Asbari, M. (2021). Adopsi E-Commerce oleh Umkm di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4426–4438. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>

- Permana, G. P. L., Hiu, V., & Paramartha, I. G. N. D. (2021). Pendekatan Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik dalam Mengukur Penggunaan Layanan Mobile Payment ( Studi Kasus Pada Pengguna LinkAja di Kota Denpasar ). *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 65–69.
- Piarna, R., & Fathurohman, F. (2018). Adopsi E-Commerce Pada Umkm Di Kota Subang Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Teknologi Rekayasa*, 1(September), 1–16.
- Piarna, R., & Fathurohman, F. (2019). Adopsi E-Commerce pada UMKM di Kota Subang Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Teknologi Rekayasa*, 2(1). <https://doi.org/10.31962/jiitr.v2i1.13>
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163–174. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Purwanto, A., & Nurahman, N. (2020). Model Penerimaan Penggunaan E-Marketplace Dengan Technology Acceptance Model di Pusat Pembelanjaan Mentaya Kotawaringin Timur. *Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 15(2), 81. <https://doi.org/10.30872/jim.v15i2.4630>
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption: A Conceptual Framework* (E. Purwanto (ed.)). Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Pusfitaningrum, M., Agustono, & Khomah, I. (2021). Adopsi e-commerce dengan Pendekatan technology acceptance model ( TAM ) bagi UMKM agribisnis di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Socio-Ekonomiika Bisnis*, 24(02), 34–40.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (1st ed.). Deepublish.
- Rifai, A. (2015). Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga (Pilot Studi Di Uin Syarif Hidayatullah Jakarta). *Al-Maktabah*, 14, 56–65.
- Riyanto, S., & Putera, A. R. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. [https://www.google.co.id/books/edition/Metode\\_Riset\\_Penelitian\\_Kesehatan\\_Sains/LTpweEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kesehatan_Sains/LTpweEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)
- Sa'adah, W. (2021). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ikan Mujair Menjadi Ikan Asin Di Desa Weduni Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 466. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4709>
- Sailaja, M. S. (2024). Effect of Online Advertising on Consumer Buying Behavior. *International Research Journal on Advanced Engineering and Management (IRJAEM)*, 2(03), 419–422. <https://doi.org/10.47392/irjaem.2024.0058>
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia. *KNOWLEDGE : Jurnal*

*Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.

- Sari, N., & Sari, M. (2021). Analisis Persepsi Kemudahan, Social Influence Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Marketplace Oleh Umkm Di Jabodetabek. *Account*, 8(1). <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3870>
- Sarmanu. (2019). *Dasar Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Airlangga University Press.
- Senshaw, D., & Twinomurizi, H. (2021). The moderating effect of gender on adopting digital government innovations in Ethiopia. *Conference on Implications of Information and Digital Technologies*, 734–751.
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) Dengan Menggunakan Model UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15.
- Setyorini, D., & Nurhayaty, E. (2019). *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)*. 3(5), 501–509.
- Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. (2018). Assessing the buyer trust and satisfaction factors in the E-marketplace. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 43–57. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000200105>
- Shokouhyar, S., Samadi, F., & Tavallae, R. (2017). The combined theory of planned behaviour and technology acceptance model of mobile learning at Tehran universities. *International Journal of Mobile Learning and Organisation*, 11(2), 176. <https://doi.org/10.1504/ijmlo.2017.10005262>
- Singasatia, D., & Melami, M. (2018). Pengaruh Perceived Usefulness (PU) Dan Perceived Ease Of Use (PEOU) Terhadap Attitude Toward Using (ATU) Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (BITU) (Study Kasus : Pengguna Sistem Pendaftaran Online Lomba Tingkat (LT) IV Kwartir Daerah Ger. *STT Wastukencana*, 1–8.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Mimaki, C. A. (2020). An Empirical Study of E-Marketplace Acceptance in MSMEs under the Constructs of Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Condition Factors. *ICEBA 2020: 2020 The 6th International Conference on E-Business and Applications, February*, 116–120. <https://doi.org/10.1145/3387263.3387288>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Suharyat, Y. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan*. Wawasan Ilmu. [https://www.google.co.id/books/edition/METODE\\_PENELITIAN\\_PENDIDIKAN/QWu1EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_PENDIDIKAN/QWu1EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)
- Sundari, U. Y., Sari, S. R., Rusiardy, I., Rifkowaty, E. E., Gusriani, I., Andiyono, A., Setiawan, A., Rusdianto, Utomo, T. P., Cahyaputri, B., Zuhria, S. A., Probowati, B. D., Wardanu, A. P., & Suryaningrat, I. B. (2024). *Pengetahuan Agroindustri*. CV Gita Lentera.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM DI INDONESIA Perkembangan, Kendala, dan Tantangan* (1st ed.). PRENADA.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *Mis Quarterly*, 15(1), 125–143.
- Tusyanah. (2022). *Eksplorasi Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi Transaksi Nontunai Dengan Model Utaut Pada Generasi MilleniaL*. Qiara Media.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihotang (ed.)). Universitas Katoik Indonesia Atma Jaya.
- Vatanasakdakul, S., Aoun, C., & Suyoso Putra, Y. H. (2020). Social media in micro-enterprises: Exploring adoption in the Indonesian retail sector. *Journal of Global Information Management*, 28(3), 184–203. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2020070110>
- Venkatesh, V., Brown, S. A., Maruping, L. M., & Bala, H. (2008). Predicting different conceptualizations of system USE: The competing roles of behavioral intention, facilitating conditions, and behavioral expectation. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 32(3), 483–502. <https://doi.org/10.2307/25148853>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <http://www.crcnetbase.com/doi/10.1201/9780849375477.ch230>
- Wahono, P. (2020). The Steep Path Toward the Digitalisation of MSMEs. *International Conference on Law and Globalisation*, 365.
- Wahyu, Y. I., Nugraha, J. P., Safitri, N. M., Kusmulyono, M. S., Fajriah, Lailatussifa, R. R., Waluyo, B. P., Gunaisah, E., Muhfizar, Ariadi, P. S., Kamarudin, A. P., Rizky, P. N., Nugroho, S. D., & Poltak, H. (2023). *Manajemen Industri Perikanan* (D. Purnamasari & M. Sari (eds.)). Global



Eksekutif Teknologi.

- Wicaksono, A. P., Urumsah, D., & Nugroho, G. (2017). Kinerja Individu Sebagai Dampak Penerimaan Teknologi : Pendekatan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(1), 32–52.
- Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Aplikasi Model Tam (Technology Acceptance Model) pada Perilaku Pengguna Instagram. *Urnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6(2).
- Winarko, B. (2013). Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru. *Media Bisnis*, 5(1), 24–34.
- Wold, H. (1982). *Soft Modeling: The Basic Design and Some Extensions, in Systems Under Indirect Observations* (2nd ed.). North-Holland.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>
- Yusuf, M., & Ifada, N. (2021). *E-Commerce: Konsep dan Teknologi*. Media Nusa Creative.
- Zahra, N. A., Putri, A., Kamilah, I., & Kuslaila, N. R. (2023). Analisis Pengukuran Faktor Adopsi Teknologi E-Commerce Pada Pelaku Umkm Menggunakan Framework TOE. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 12–20.